

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**  
**Факультет культурології**  
**Кафедра книгознавства і бібліотекознавства**

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

Зав. кафедри  
книгознавства і бібліотекознавства

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2013 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«Інформаційний бізнес»**

(шифр і назва навчальної дисципліни)

**напрямок підготовки**

6.020102 Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія

**2013 – 2014** навчальний рік

Робоча програма **«Інформаційний бізнес»**

для студентів за напрямом підготовки 6.020102 Книгознавство,  
бібліотекознавство і бібліографія.

Розробник:

Горбань Ю.І., кандидат культурології, ст. викладач

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри книгознавства і  
бібліотекознавства

Протокол № \_\_\_\_ від «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2013 року

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ доц. Бачинська Н. А.

Схвалено науково – методичною комісією Київського національного університету  
культури і мистецтва

Протокол № \_\_\_\_ від «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2013 року

Голова \_\_\_\_\_

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	0201 <u>Культура</u> Напрямок підготовки – 6.020102 «Книгознавство, бібліотекознавств і бібліографія	Нормативна	
Змістових модулів – 2	Освітньо-кваліфікаційний рівень: БАКАЛАВР	Рік підготовки	
Загальна кількість годин – 144  Тижневих годин для денної форми навчання: 4  аудиторних – 56  самостійної роботи студента –88		4 -й	4-й
		Семестр	
		7-й	7-й
		Лекції	
		24 год.	12 год.
		Практичні	
		20 год.	4 год.
		Семінарські	
		8 год.	2 год.
		Самостійна робота	
		88год.	88 год.
		Вид контролю:	
		іспит	іспит

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання – 66%

## **2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Мета:** вивчення навчальної дисципліни є надання знань та практичних навичок щодо теорії та практики з аналізу та проведення інформаційної діяльності на підприємстві, знайомство з правовими основами підприємництва та його особливостями в інформаційній сфері економіки, вміння обґрунтовувати доцільність створення тієї чи іншої організаційної форми інформаційного бізнесу.

**Завдання:** знати підходи до вирішення проблеми захисту інформації. Навчитись веденню бізнесу з використанням потенціалу сучасних інформаційних технологій в умовах глобального розподіленого середовища фінансових трансакцій та інвестицій, фінансових ринків, бірж, віртуальних торгових магазинів і майданчиків. Навчити студентів правильно аналізувати мету, задачі та практику організації інформаційного обслуговування об'єктів управління з різних точок зору: адміністрації, менеджменту, персоналу, користувачів тощо. Навчити студентів економічно грамотно обґрунтовувати доцільність створення тієї чи іншої організаційної форми інформаційного та електронного бізнесу. Вирішувати коло питань, що стосуються організації або створення інформаційної фірми, економіки інформаційної сфери, управління фірмою, маркетингу інформаційних продуктів та послуг.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- цілі, задачі і практику інформатизації економіки та суспільства в цілому;
- правові основи підприємництва та його особливості в інформаційній сфері економіки;
- методи обґрунтування доцільності створення тієї чи іншої організаційної форми інформаційного бізнесу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **вміти:**

- аналізувати та формулювати цілі, задачі і практики інформатизації економіки та суспільства в цілому;
- формулювати правові засади підприємництва за його особливостями в інформаційній сфері економіки;

- обґрунтовувати доцільності створення тієї чи іншої організаційної форми інформаційного бізнесу.;

- складати бізнес плани підприємницької діяльності фірми;
- робити презентації фірми та її діяльності;
- аналізувати існуючий бізнес з точки зору його купівлі.

Робочу програму навчальної дисципліни розроблено відповідно до вимог галузевого стандарту вищої освіти на базі освітньо-професійної програми підготовки бакалавра. Враховано рекомендації положень Болонської декларації щодо кредитно-модульної системи організації навчального процесу.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних, практичних та лабораторних занять. Велике значення у процесі навчання та закріплення знань та навичок має індивідуальна та самостійна робота студентів.

### **3. Програма навчальної дисципліни**

#### **Змістовний модуль 1. Тенденції та проблеми розвитку інформаційного бізнесу**

##### **Тема 1. Інформаційний бізнес та господарське середовище**

Основні поняття індустрії перероблення інформації. Ознаки інформаційної фірми. Групи споживачів інформаційних товарів. Фактори впливу на розвиток підприємницької діяльності в галузі інформаційних і комунікаційних технологій. Поняття інформаційного продукту та інформаційної послуги. Види інформації за певними ознаками. Міжнародні стандарти промислової класифікації сфери послуг та інші види інформаційних послуг. Функції інформаційного бізнесу: загальні та специфічні. Види зовнішнього середовища підприємництва: інтелектуальні ресурси, потенційні споживачі та канали зв'язку.

##### **Тема 2. Інформаційна економіка**

Головні поняття та категорії. Суб'єкти інформаційної економіки. П'ять груп видів людської діяльності в індустрії знань. Галузі сфери інформаційної економіки. Концепція інформаційної економіки за М. Поретом. Структура

інформаційної галузі. Класифікатори видів економічної діяльності. Історія інформаційно-технічних революцій та їх вплив на суспільні відносини. Покоління ЕОМ. Основні риси інформаційно-технологічної парадигми, які є фундаментом інформаційного суспільства. Риси інформаційного суспільства. Предмет та об'єкт інформатизації суспільства. Місце України в культурному соціумі інформаційних суспільств сьогодення. Взаємозв'язок між інформаційними тенденціями.

### **Тема 3. Інформаційна політика промислово розвинених країн світу**

Особливості інформаційної політики Японії, США, Європейського союзу, канадський досвід побудови інформаційної магістралі. Основні аспекти міжнародного співробітництва у сфері інформатизації з точки зору концепції глобальної інформаційної інфраструктури. Форми державного регулювання процесів інформатизації у розвинених країнах. Етапи розвитку інформаційної сфери економіки в Україні та їх характеристика. Основні завдання державної політики інформатизації. Напрями діяльності інформаційної сфери. Нормативно-правове забезпечення у сфері інформатизації. Складові Національної програми інформатизації. Проекти зі створення національної системи інформаційних ресурсів України. Недоліки інформаційної політики України з інформатизації країни.

### **Тема 4. Інформаційний ринок та механізм його функціонування**

Поняття інформаційного ринку. Ринок апаратних засобів оброблення інформації. Види програмних засобів. Ринок телекомунікаційного обладнання. Ринок програмних продуктів. Ринок послуг. Ринок електронної інформації. Ринок електронних угод. Ринок інтегрованих інформаційних систем. Структура розподільної системи. Моделі продажу інформаційних продуктів. Схема відносин між вендором, дистриб'ютором, дилером і кінцевим користувачем. Етапи розвитку інформаційного ринку України. Тенденції розвитку інформаційного ринку України

## **Тема 5. Організаційні форми інформаційного бізнесу та його розвиток**

Класифікація організаційних форм інформаційного бізнесу. Венчурний бізнес в інформаційній сфері. Критерії оцінювання організаційних форм інформаційного бізнесу. Основні напрямки удосконалення інформаційного бізнесу. Класифікація – це процес угруповання об'єктів дослідження за відповідними ознаками або параметрами. Класифікація підприємств і організацій сприяє напрацюванню загальних методів аналізу господарської діяльності, удосконалюванню керування й регулювання. Венчурний бізнес - сфера підприємницької діяльності, пов'язана з реалізацією ризикованих проєктів, ризикованих інвестицій, головним чином, у сфері науково-технічних новинок. Venture ['ventʃə] у перекладі з англійської означає ризиковане підприємство, ризиковане починання, ризикувати.

## **Змістовий модуль 2. Організаційно - правові засади інформаційного бізнесу**

### **Тема 1. Поняття та закони розвитку інформаційного виробництва**

Розвиток поняття інформаційного виробництва. Закон самодостатності інформаційного виробництва. Матеріальні та нематеріальні засоби праці інформаційного виробництва. Закон незнищенності для інформаційних продуктів. Основні особливості кінцевого продукту. Проблеми з нормування праці. Оцінювання обсягів робіт. Наявність шкідливих факторів виробничого середовища і необхідність упровадження заходів щодо запобігання їм. Проектне виробництво, як основа інформаційного виробництва. Емпіричний закон інформаційного тяжіння. Закон інформаційної складності. Закон старіння інформації. Три закони інформаційної динаміки. Основні принципи управління інформацією. Технологія формування і використання інформаційних ресурсів в інформаційному виробництві.

### **Тема 2. Правові засади підприємства в інформаційній сфері**

Суб'єкти підприємницької діяльності. Закон України "Про підприємництво" та умови для підприємства. Принципи здійснення підприємницької діяльності.

Моделі підприємницької поведінки. Види підприємницької діяльності. Види організаційно-правових форм бізнесу. Одноосібне володіння. Господарське товариство. Акціонерне товариство. Засновники інформаційної фірми та їх функції. Загальні ви-моги до змісту установчих документів товариств. Порядок державної реєстрації підприємництва. Варіанти входження у світ бізнесу. Пошук ніши. Визначення стратегічних потреб в інформаційних продуктах і по-слугах. Вибір юридичної форми бізнесу. Вибір стратегії поведінки. Вибір засобів реалізації підприємницької ідеї. Принципи формування капіталу створюваної фірми. Етапи процесу формування фірмою ринкових цін на свої товари. Стратегії ціноутворення. Вибір збутової поведінки.

### **Тема 3. Технологія організації власної справи**

У світ бізнесу можна ввійти такими способами: почати з порожнього місця (з нуля); придбати франчайзу; придбати діючу фірму (бізнес). Визначення стратегічних потреб в інформаційних продуктах і послугах. Вибір юридичної форми бізнесу. Вибір стратегії поводження й засобів реалізації підприємницької ідеї. Ціновий вибір. Вибір збутового поводження.

### **Тема 4. Купівля існуючого бізнесу**

Покупка процвітаючої фірми означає придбання джерела прибутку, що діє негайно. Існуючий бізнес уже має сформований колектив, контингент постачальників, міцні ділові зв'язки. Уже відома результативність діяльності фірми, що купується. Ціна покупки фірми, зазвичай набагато менше затрат на її створення. Злиття та поглинання. Методи оцінювання вартості.

### **Тема 5. Основи планування підприємницької діяльності**

Бізнес-план, його функціональні ролі. Зміст і структура бізнес-плану. Взаємозв'язок факторів, які впливають на склад, структуру та обсяг бізнес-плану. Послідовність складання бізнес-плану. Вимоги і правила щодо оформлення бізнес-плану. Поетапний опис кампанії з залучення капіталу.

### **Тема 6. Організація презентації фірми**

Суть презентації фірми і товару. Типи презентацій та особливості їх організації. Основні етапи підготовки презентації. Аналіз мети презентації.



Розроблення головної ідеї. Планування і прогнозування тривалості презентації. Аналіз аудиторії та вибір стилю проведення презентації. Розроблення структури виступу. Відповіді на запитання. Комплекс дій з підготовки презентації. Характеристика засобів ілюстрування промови.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин														
	денна форма								заочна форма						
	усього	у тому числі							усього	у тому числі					
		л	с	п	лаб	інд	с.р.	мк		л	с	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
<b>Змістовний модуль 1. Тенденції та проблеми розвитку інформаційного бізнесу</b>															
Тема 1. Інформаційний бізнес та господарське середовище	18	4	2	2			10		18	2					16
Тема 2. Інформаційна економіка	13	2		2			9		13		2				11
Тема 3. Інформаційна політика промислово розвинених країн світу	13	2		2			9		13	2					11
Тема 4. Інформаційний ринок та механізм його функціонування	13	2		2			9		13	2					11
Тема 5. Організаційні форми інформаційного бізнесу та його розвиток	13	2	2				9		15						15
Модульний контроль	2							2							
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>72</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>8</b>			<b>46</b>	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>6</b>	<b>2</b>				<b>64</b>

<b>Змістовий модуль 2. Організаційно-правові засади інформаційного бізнесу</b>														
Тема 1. Поняття та закони розвитку інформаційного виробництва	12	2	2	2			6		12	2				10
Тема 2. Правові засади підприємства в інформаційній сфері	12	2		2			8		12					12
Тема 3. Технологія організації власної справи	12	2		2			8		12	2				10
Тема 4. Купівля існуючого бізнесу	12	2	2	2			6		12	2				10
Тема 5. Основи планування підприємницької діяльності	12	2		2			8		12			2		10
Тема 6. Організація презентації фірми	10	2		2			6		12			2		10
Модульна контрольна робота № 2	2							2						
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>72</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>12</b>			<b>42</b>	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>6</b>		<b>4</b>		<b>62</b>
<b>Усього годин</b>	<b>144</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>20</b>			<b>88</b>	<b>4</b>	<b>144</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>4</b>		<b>126</b>

## 5. Теми семінарських занять

№ з/п	Змістовний модуль №1	Кількість годин
1.	Горизонтальний та вертикальний рух інформації в інформаційному бізнесі	2
2.	Напрямки діяльності з удосконалення інформаційного бізнесу	2
	<b>Змістовний модуль №2</b>	
3.	Технологія формування і використання інформаційних ресурсів в інформаційному виробництві	2

4.	Оцінка ефектів від злиття та поглинання: синнергізм, диверсифікація, доповнення, заміщення, поліпшення фінансового стану.	2
	Разом	8

## 6. Теми практичних занять

№ з/п	Змістовний модуль №1	Кількість годин
1.	Складання структурно-функціональної моделі інформаційного бізнесу	2
2.	Розробка стратегії розвитку інформаційної інфраструктури об'єкта управління.	2
3.	Загальні положення та принципи державної політики інформатизації України.	2
4.	Розробити аналіз ринку маркетингових інформаційних систем в Україні.	2
	<b>Змістовний модуль №2</b>	
5.	Обговорення законів розвитку інформаційного виробництва.	2
6.	Порівняльний аналіз класичної та інноваційної моделі підприємницької поведінки.	2
7.	Придбання франчайз-пакета. Розробити порівняльну таблицю переваг та вад франчайзингу, правові аспекти.	2
8.	Визначення переваг купілі існуючого бізнесу на прикладі прикладі конкретної компанії.	2
9.	Розробка бізнес-плану інформаційно-обчислювальної фірми.	2
10.	Презентація нової фірми, магазину.	2
	Разом	20

## 8. Самостійна робота

№ з/п	Змістовний модуль №1	Кількість годин
1.	Концепція інформаційної служби фірми в контексті розвитку інформаційного ринку.	10
2.	Роль інформатизації за умов переходу до інформаційного суспільства.	9
3.	Управлінська інформація: джерела, канали, аналіз, засоби та способи обробки.	9
4.	Аналіз інформаційного ринку і маркетингова стратегія.	9
5.	Розробити організаційну структуру інформаційного бізнесу.	9
	<b>Змістовний модуль №2</b>	
6.	Інформаційна безпека та засоби її забезпечення (на об'єктах конкретної галузі за вибором студента, наприклад, в банках).	6
7.	Авторське право в інформаційній сфері.	8
8.	Вибір стратегії поведінки та засобів реалізації підприємницької ідеї.	8
9.	Недоліки купівлі існуючого бізнесу. Види та ефекти злиття і поглинання компаній.	6
10.	Впровадження інформаційних технологій: спонтанність та планування.	8
11.	Наочні матеріали у проведенні презентації.	6
	Разом	88

## 10. Методи навчання

1. Лекції.
2. Семінарські заняття.
3. Практичні заняття.
4. Самостійні заняття.

## 11. Методи контролю

1. Експрес-опитування.
2. Поточне тестування.
3. Виконання практичних завдань.
4. Семінарські заняття.
4. Підсумковий контроль.

## 12. Розподіл балів, які отримують студенти

	<i>Змістовий модуль 1 (ЗМ<sub>1</sub>)</i>	<i>Змістовий модуль 2 (ЗМ<sub>2</sub>)</i>	<i>Іспит (КІ)</i>	<i>Разом (підсумкова оцінка - ПО)</i>
Максимальна оцінка в балах	30	40	30	100

№ з/п	Назви виду роботи, способи набуття знань	Бали за 1 заняття	Бали за всі заняття (максимальні)	
			Модуль 1	Модуль 2
1.	Відвідування занять та участь в аудиторній роботі, конспектування лекцій	1	6	6
2.	Усна відповідь на семінарському занятті	3	6	6
3.	Звіт про виконання практичного завдання	2	8	12
4.	Конспектування матеріалу самостійної роботи, реферат	1.5	7.5	13.5
5.	Модульна контрольна робота	2.5	2.5	2.5
	<b>Всього за модуль</b>		<b>30</b>	<b>40</b>
6.	Іспит	до 30	30	
	<b>Підсумкова оцінка</b>	<b>30 + 40+30 = 100 балів</b>		

## Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
91 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
84 – 90	<b>B</b>	добре	
76 – 83	<b>C</b>		
66 – 75	<b>D</b>	задовільно	
61 – 65	<b>E</b>		
21 – 60	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0 – 20	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## 13. Методичне забезпечення

### Методичні рекомендації До підготовки семінарського заняття

Семінарське заняття є однією із форм аудиторних навчальних занять. Кількість годин, відведених на семінарські заняття з «Інформаційного бізнесу» визначається навчальним планом. Темі семінарських занять наведені у робочій програмі з курсу.

Семінарське заняття спрямоване на глибоке та повне розкриття студентами певної проблеми на основі самостійного вивчення рекомендованої літератури. На семінарських заняттях студенти глибше опановують складні питання, беруть участь в їх колективному творчому обговоренні, оволодівають науковими методами аналізу певних явищ і проблем. Систематична підготовка до семінару з «Інформаційний бізнес» привчає до самостійної роботи з першоджерелами, наукою, навчальною, навчально-методичною літературою, періодичними та довідковими виданнями. Для виступу на семінарському занятті студенти готують усні відповіді на поставлені запитання. Під час занять створюються умови для перевірки та виявлення інтелектуального рівня студентів, для набуття уміння виступати, логічно висловлюватись, колективно обговорювати гострі проблеми, обстоювати власну точку зору, аргументувати свою позицію.

Для ґрунтовного засвоєння першоджерел «Інформаційного бізнесу» необхідно вдумливо конспектувати їх, вдаючись до різних видів запису – витяги, тези, цитати і т. д. Готуючись до відповіді, важливо, в першу чергу, визначити

напрями наукових досліджень з певної проблеми та впровадження їх результатів у практику.

Доцільно підготувати власні спостереження та висновки, обґрунтовуючи їх теоретичними положеннями та рекомендаціями.

Семінарські заняття з «Інформаційного бізнесу» базуються не лише на матеріалі, який міститься в лекційному курсі, але й підбивають підсумок самостійної роботи з рекомендованою літературою.

Семінар, як одна із форм навчальних занять, розрахована на глибоке та повне розкриття студентами певної проблеми на основі самостійного вивчення рекомендованої літератури. На семінарських заняттях вони глибше опановують складні питання, беруть участь в їх колективному творчому обговоренні, оволодівають науковими методами аналізу певних явищ і проблем.

### **МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПІДГОТОВКИ ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ**

Професійному розвитку студентів сприяє самостійне виконання творчих та практичних завдань, різноманітні форми пошукової, дослідної роботи.

Викладач систематично контролює самостійну роботу студентів: перевіряє конспекти першоджерел, виконання практичних завдань, надає необхідну допомогу для активізації навчальної діяльності студентів.

Окремими формами самостійної роботи студента, передбаченими навчальним планом, є написання рефератів, контрольних та курсових робіт (методичні рекомендації див. окремо), а також підготовка творчих проектів.

### **МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

Самостійна робота є однією із складових навчального процесу, на яку припадає значний обсяг навчального часу. При цьому студент є активним учасником навчального процесу, набуває навичок самоорганізації, самостійного пошуку інформації, прийняття рішень і т. д. Правильна організація самостійної роботи дозволяє максимально індивідуалізувати навчання, підвищувати ефективність навчального процесу в цілому.

Одним із видів самостійної роботи є опрацювання лекційного матеріалу, визначення головного у змісті лекції, засвоєння її основних моментів. При цьому не слід дослівно записувати за лектором, а своїми словами фіксувати найсуттєвіше: тему, її основні питання та положення. Записувати слід акуратно і чітко, краще у зошиті в клітинку (через клітинку). На сторінках конспекту залишати широкі поля для додаткових поміток під час самостійної роботи над літературою.

Щоб зрозуміти і добре засвоїти лекційний матеріал, до кожної наступної теми слід ретельно готуватись: систематично опрацьовувати матеріал попередньої лекції, і, якщо це необхідно, опрацювати рекомендовану літературу, повторювати

пройдений матеріал, на який лектор посилається при викладанні нового, якщо з певних причин лекція пропущена, її необхідно законспектувати і опрацювати самостійно, незрозумілі питання з'ясувати на консультації.



## 14. Рекомендована література

### Базова

- А1. Автоматизированные информационные технологии в экономике : учебник / М. И. Семенов, И. Т. Трубилин, В. И. Лойко под общ. ред. И. Т. Трубилина. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 210 с.
2. Азеев А. А. Организация и функционирование вычислительного центра / А. А. Азеев – М. : Статистика, 1977. – 160 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 518 с.
4. Аррендондо Л. Искусство деловой презентации : пер. с англ. / Л. Аррендондо – Челябинск : Урал LTD, 1998. – 520 с.
5. Артамонов Г. Т. Информатика: теория и практика (заготовки к книге) / Г. Т. Артамонов // НТИ, Сер. 1. Организация и методика информационной работы, 1997, № 8, С. 30–33; 1998, № 1, С. 29–34; № 4, С. 31–36; № 6, С. 31–35; № 12, С. 29–33; 1999, № 6, С. 36–43.
6. Афронина С. В. Электронные деньги / С. В. Афронина – СПб. : Питер, 2001. – 128 с.
7. Беквит Г. Продавая незримое: Руководство по современному маркетингу услуг / Г. Беквит // пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 272 с.
8. Бланк И. А. Управление формированием капитала / И. А. Бланк – К. : "Ника-Центр", 2000. – 512 с.
9. Бове К. Современная реклама : пер. с англ. / К. Бове, У. Ф. Аренс // Общ. ред. О. А. Феофанова – Тольятти : ИД Довгань, 1995. – 704 с.
10. Боэм Б. У. Инженерное проектирование программного обеспечения / Б. У. Боэм – М. : Наука, 1991. – 190 с.
11. Бугорский В. Н. Сетевая экономика: учебн.пособ. / В. Н. Бугорский. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 256 с.
12. Бузова Н. Н. Проблемы развития народнохозяйственного информационного комплекса / Н. Н. Бузова // Современные средства информатики – М. : Наука, 1986. – 277 с.
13. Бурлак Г. Н. Экономика, организация и планирование работы ВЦ : учебник / Г. Н. Бурлак, С. Н. Помпеева, Л. С. Фельдман. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 1989. – 238 с.
14. Введение в информационный бизнес : учебн. пособ. / О. В. Голосов, С. А. Охрименко, А. В. Хорошилов и др. ; под ред. В. П. Тихомирова, А. В. Хорошилова. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 240 с.
15. Венчурные инвестиции: взгляд под разными углами // Компьютерное обозрение, 4 – 10 октября, 2000. – № 38.
16. Верхан П. Х. Предприниматель. Его экономическая функция и общественно-политическая ответственность / П. Х. Верхан. – Минск : Эридан, 1992. – 60 с.
17. Віце-президент Гор про добу інформатизації: зміна способу життя, праці та спілкування для людей усього світу / Телекомунікації в умовах інформаційної доби. Інформаційна Агенція Сполучених Штатів ; 2000. – С. 4–6.

18. Власов В. В. Япония: производственная инфраструктура / В. В. Власов // АН СССР, Ин-т востоковедения. – М. : Наука, 1991. – 180 с.
19. Вычислительные центры коллективного пользования / под ред. В. А. Мясникова и Ф. И. Перегудова. – М. : Финансы и статистика, 1982. – 264 с.
20. Галицын В. К. Планирование на предприятиях информационно-вычислительного обслуживания / В. К. Галицын, С. П. Куценко, М. И. Кутер, С. Ф. Лазарева. – К. : Техніка, 1991. – 221 с.
21. Галицин В. К. Багатокористувацькі обчислювальні системи та мережі : навч. посібн. / В. К. Галицин, Ф. А. Левченко. – К. : КНЕУ, 1997. – 408 с.
22. Герасимчук В. Г. Управління маркетингом : навч. посібн. / В. Г. Герасимчук. – К. : ІСДО, 1993. – 424 с.
23. Глушков В. М. Индустрия переработки информации / В. М. Глушков // Коммунист, 1977. – № 12. – С. 42–50.
24. Глушков В. М. Основы безбумажной информатики / В. М. Глушков. – Изд. 2-е, испр. – М. : Наука, 1987. – 552 с.
25. Глушков В. М. Основы экономики и организации машинной информатики / В. М. Глушков, Ю. М. Каныгин. – К. : ИК АН УССР, 1981. – 64 с.
26. Годин В. В. Управление информационными ресурсами / В. В. Годин, И. К. Корнеев. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 402 с. (Модульная программа для менеджеров. Модуль 17).
27. Громов Г. Р. Национальные информационные ресурсы: проблемы промышленной эксплуатации / Г. Р. Громов. – М. : Наука, 1984. – 237 с.
28. Демин А. И. Информационная теория экономики / А. И. Демин. – М. : Палев, 1996. – 352 с.
29. Доветов М. Ш. Экономика и организация вычислительных установок / М. Ш. Доветов, В. А. Залесов. – М. : Финансы и статистика, 1982. – 303 с.
30. Джекобсон К. Комунікаційні технології у розвитку: про рушійні сили революції у галузі телекомунікацій / К. Джекобсон // Телекомунікації в умовах інформаційної доби. Інформаційна Агенція Сполучених Штатів, 2000. – С. 19–27.
31. Дрейк В. Дж. Акт про телекомунікації 1996 року: Закон переписаний наново / В. Дж. Дрейк, А. Бродські // Телекомунікації в умовах інформаційної доби. Інформаційна Агенція Сполучених Штатів, 2000. – С. 36–45.
32. Дрожжинов В. Нынешнее поколение европейцев будет жить в информационном обществе / В. Дрожжинов, А. Штрик // Компьютерная неделя, Москва, № 13 (235), 18 – 24 апреля, 2000. – С. 15–32.
33. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво / П. Друкер // пер. з англ. В. С. Гуля. – Львів : Україна, 1994. – 319 с.
34. Економіка підприємства : підручник // за ред. С. Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с.
35. Електронна комерція : навч. посібн. / А. М. Береза, І. А. Козак, Ф. А. Шевченко та ін. – К. : КНЕУ, 2002. – 326 с.
36. Ермошенко Н. Н. Формы предпринимательства за рубежом / Н. Н. Ермошенко, Э. И. Борсученко. – К. : УкрНИИТИ, 1991. – 80 с.
37. Єжова Л. Ф. Застосування інструментів маркетингу при вирішенні стратегічних задач інформаційного бізнесу / Л. Ф. Єжова, С. Ф. Лазарева //

Міжвідомчий науковий збірник "Машинна обробка інформації", вип. 62. – К. : КНЕУ, 1999. – С. 3–21.

38. Жидецький В. Ц. Охорона праці користувачів комп'ютерів / В. Ц. Жидецький. – Львів : Афіша, 2000 – 176 с.

39. Зурковски П. Информационный бизнес: взгляд изнутри / П. Зурковски // Международная экономика и международные отношения. – 1990. – № 8. – С. 96–104.

40. Имери В. Как сделать бизнес в Internet / В. Имери. – К.: Диалектика, 1998. – 464 с.

41. Информационные технологии в бизнесе: Энциклопедия : пер. с англ. / под ред. М. Железны. – СПб. : Питер, 2002. – 1120 с.

42. Казанцева К. В. Научная организация информационной деятельности / К. В. Казанцева. – М. : Наука, 1985. – 224 с.

43. Калитич Г. И. Информатика в условиях рынка / Г. И. Калитич, Ю. М. Каныгин. – К. : УкрНИИИТИ, 1991. – 42 с.

44. Каныгин Ю. М. Экономика и организация машинной информатики / Ю. М. Каныгин. – К.: Наукова думка, 1984. – 159 с.

45. Каныгин Ю. М. Основы теоретической информатики / Ю. М. Каныгин, Г. И. Калитич. – К. : Наукова думка, 1990. – 23 с.

46. Карминский А. М. Информатизация бизнеса / А. М. Карминский, П. В. Нестеров. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 415 с.

47. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс // пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

48. Квинтин А. Наиболее эффективные методы внедрения систем управления / А. Квинтин. – М. : Радио и связь, 1999. – 340 с.

49. Кириллов В. П. Готова ли Ваша фирма использовать CASE-технологии / В. П. Кириллов. – К : "Баланс-Центр", 1997 – 98 с.

50. Коломієць Г. С. Інформаційна продукція: ринок, маркетинг, підготовка кадрів / Г. С. Коломієць, А. Л. Маньковський. – К. : Либідь, 1991. – 176 с.

51. Корюшкова А. А. Информационный рынок: продукция, услуги, цены и ценообразование / А. А. Корюшкова. – М. : Коринф, 1992. – 108 с.

52. Костюк Н. , Смолян Г.Л. , Черешкин Д.С. Об экономическом фундаменте информационного общества / Н. П. Костюк, Г.Л. Смолян, Д.С. Черешкин // Информационное общество, 2000. – вып. 5. – "Выща школа". – С. 6 – 13.

53. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер // Под ред. Б. М. Пеньковой. – М. : Прогресс, 1990. – 736 с.

54. Кукин В. И. Информатика: организация и управление / В. И. Кукин. – М. : Экономика, 1991. – 176 с.

55. Курочкин А. Принципы организационного проектирования предприятий / А. Курочкин // Проблемы теории и практики управления. – 1998. – № 1. – С. 91–96.

56. Куценко С. П. Основні положення концепції та напрями інформатизації суспільства / С. П. Куценко, С. Ф. Лазарева, Г. В. Жаворонкова / Міжвідомчий

науковий збірник "Машинна обробка інформації". – вип. 56. – К. : КДЕУ, 1994. – С. 5–20.

57. Куценко С. П. Экономика, организация и планирование вычислительных установок / Куценко С. П. – М. : Статистика, 1980. – 232 с.

58. Куценко С. П. Проектирование и организация вычислительных установок. Некоторые проблемы индустрии информации / С. П. Куценко. – К. : КИНХ, 1973. – 119 с.

59. Куценко С. П. Проектирование, организация и планирование районных вычислительных установок. Проблемы теории и практики / С. П. Куценко. – М. : Статистика, 1974. – 280 с.

60. Куценко С. П. Формирование цен на информационные и программные продукты в системах обработки данных / С. П. Куценко, С. Ф. Лазарева, И. И. Матиенко // Межвуз. научный сборн. "Машинная обработка информации", 1993. – вып. 55. – "Выща школа". – С. 80–86.

61. Лазарева А. Г. Маркетинг информационных продуктов в США / А. Г. Лазарева. – М. : Дело, 1989. – 176 с.

62. Лазарева С. Ф. Економіка та організація інформаційного бізнесу. Навчальний посібник / С. Ф. Лазарева. – К. : КНЕУ, 2002. – 213 с.

63. Ланде Д. В. Навігація в мережі Internet / Д. В. Ланде // Виставка "Інформаційні ресурси та технології", 20 – 30 жовтня 1998 р., Україна, Київ. Офіційний каталог; Український ін-т науково-технічної і економічної інформації. – К. : 1998. – 44 с.

64. Лапшин Г. М. Организация и планирование вычислительных центров в машино- и приборостроении / Г. М. Лапшин. – Л. : Машиностроение. 1990. – 248 с.

65. Липаев В. В. Оценка затрат на разработку программных средств / В. В. Липаев, А. И. Потапов – М. : Финансы и статистика, 1988. – 221 с.

66. Львов Ю. А. Основы экономики и организации бизнеса / Ю. А. Львов. – СПб. : ГМП "Формика", 1992. – 383 с.

67. Майоров С. И. Информационный бизнес: коммерческое распространение и маркетинг / С. И. Майоров. – М. : Финансы и статистика, 1993. – 128 с.

68. Меджибовська Н. С. Електронна комерція : навч. посібн. / Н. С. Меджибовська. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 384 с.

69. Мелюхин И. С. Рынок электронных информационных продуктов и услуг в России: состояние и тенденции развития / И. С. Мелюхин // НТИ. – Серия 1. – ВИНТИ. – 1994. – № 2. – С. 8–17.

70. Мелюхин И. С. Формы государственного регулирования процессов информатизации в зарубежных странах / И. С. Мелюхин // НТИ. – Серия 1. – ВИНТИ. – 1993. – № 11. – С. 27–34.

71. Мендельсон М. Руководство по франчайзингу / М. Мендельсон // пер. с англ. Л. Т. Исаенковой и И. Г. Минервина. – М. : Соваминко, 1995. – 176 с.

72. Менеджмент организации / под ред. З. П. Румянцевой, Н. А. Соломатина. – М. : ИНФРА, 1995 – 428 с.

73. Мескон М. Х. Основы менеджмента : пер. с англ. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; под ред. Л. И. Евенко. – М. : Дело, 1992. – 704 с.
74. Міщенко В.І. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг : практич. посібн. / В.І. Міщенко, А.В. Шаповалов, Г.В. Юрчук – К. : КНЕУ, 2003. – 278 с.
75. Молчанова О. П. Анализ рынка информационных средств России / О. П. Молчанова, И. И. Родионов, А. П. Торжевский // НТИ. – Серия 1. – ВИНТИ. – 1993. – № 9. – С 8–19.
76. Новиков В. Как работает венчурный капиталист. Компьютерное обозрение / В. Новиков. – 2000. – № 38. – С. 30–39.
77. Нуралиев Б. Франчайзинг в информационных технологиях / Б. Нуралиев, В. Каменецкий // МИР ПК, 1999. – № 04 – С. 12–18.
78. Пилянкевич Е. А. Основные субъекты и связи в структуре информационного обеспечения принятия решений / Е. А. Пилянкевич // Інформація та ринок, 1996. – № 3. – С. 30–32.
79. Писаревский М. Компьютерный рынок Украины. Итоги 1999 года / М. Писаревский // Computerworld Россия, 2000. – № 30. – С. 31–36.
80. Полонская Е. Подарок докладчику: электронная презентація / Е. Полонская // Компьютеры + Программы, 1999. – № 12. С. 20–25 ; 2000. – № 1. – С. 41–49.
81. Попов В. М. Бизнес-план инвестиционного проекта / В. М. Попов, Л. П. Кураков, С. И. Ляпунов, Г. В. Медведев, Д. Ю. Паршати́н. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 278 с.
82. Поппель Г. Информационная технология – миллионные прибыли. Пер. с англ. / Г. Поппель, Б. Голдстейн // под ред. В. В. Симакова. – М. : Экономика, 1990. – 238 с.
83. Путь к выживанию / под. ред. Н. Уэйл // Служба новостей IDG, Бостон Computerworld Россия, 1998. – № 20. – С. 27–31.
84. Рева В. Е. Коммуникационный менеджмент : учебно-методическое пособие / В.Е. Рева. – Пенза : Изд. ПГУ, 2003. – 145 с.
85. Рейнгольд Г. Умная толпа : новая социальная революція / Г. Рейнгольд. // пер. с англ. А. Гарькавого. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2006. – 416 с.
86. Родионов И. И. Основные характеристики рынка информационных услуг развитых капиталистических стран / И. И. Родионов. – М. – МЦНТИ, 1990. – 228 с.
87. Рыжиков Ю. И. Информатика : лекции и практикум / Ю. И. Рыжиков. – СПб. : КОРОНА, 2000. – 256 с.
88. Родкина Т.А. Информационная логістика / Т.А. Родкина. – М. : ИНФРА, 2001. – 288 с.
89. Самуельсон П. Економіка : підручник / П. Самуельсон. – Львів : Світ, 1993. – 495 с.
90. Саундерс Р. Бизнес путь: Dell. 10 секретов лучшего в мире компьютерного бизнеса / Р. Саундерс. – СПб. : Крылов+, 2003. – 208 с.
91. Семак Е. А. Международный маркетинг: учебн.-метод. пособ. / Е. А. Семак – Мн. : БГУ, 2004. – 150 с.

92. Сидоров А. Экономические аспекты информационных технологий / А. Сидоров // Теория и практика управления. – 2001. – № 1. – С. 86–91.
93. Ситник В. Ф. Телекомунікації в бізнесі: навч.-метод. посібн. для самост. вивч. дисц. / В. Ф. Ситник, І. А. Козак – К. : КНЕУ, 1999. – 204 с.
94. Слияние и приобретение компаний – общемировые тенденции / К. Эссик ; Служба новостей IDG, Лондон // Computerworld Россия, 1997. – № 34. – С. 34–87.
95. Смирнова Н. В. Экономический анализ информационного сектора в развитых капиталистических странах / Н. В. Смирнова, В. М. Шейхетов // Прикладная информатика. – Вып. 2. – М. : Финансы и статистика, 1987. – С. 156–172.
96. Соболев С. М. Предпринимательство (начало бизнеса) / С. М. Соболев. – К. : Венчур, 1994. – 176 с.
97. Современный бізнес : учебн. в 2 т. – Т. 1 : пер. с англ. / Д. Дж. Речмен, М. Х. Мескон, К. Л. Боуви, Дж. В. Тилл. – М. : Республика, 1995. – 431 с.
98. Современный бізнес : учебн. в 2 т. Т. 2: пер. с англ. / Д. Дж. Речмен, М. Х. Мескон, К. Л. Боуви, Дж. В. Тилл. – М. : Республика, 1995. – 479 с.
99. Страссман П. А. Информация в век электроники: Пробл. управления: пер. с англ. с сокр. / П. А. Страссман. – М. : Экономика, 1987. – 237 с.
100. Суханов А. П. Информация и прогресс / А. П. Суханов. – Новосибирск : Наука, Сиб. отд-ние, 1988. – 190 с.
101. Тамбовцев В. Л. Пятый рынок: экономические проблемы производства информации / В. Л. Тамбовцев. – М. : Изд-во МГУ, 1993. – 127 с.
102. Твердохліб М. Г. Інформаційне забезпечення менеджменту : навч. посібник / М. Г. Твердохліб. – К. : КНЕУ, 2002. – 224 с.
103. Титова Е. Презентация – "панацея" украинского бизнеса / Е. Титова // Карьера, март-апрель 1999. – № 1. – С. 10–13.
104. Урсул А. Д. Информатизация общества (Введение в социальную информатику) : учебное пособие / А. Д. Урсул. – М. : Акад. обществ. наук при ЦК КПСС, 1990. – 191 с.
105. Усиливается тенденция к укрупнению компьютерных компаний / Bruce Caldwell // Компьютеруик-Москва, 1996. – № 7. – С. 42–50.
106. Фридман Дж. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости / Дж. Фридман, Н. Ордуэй ; пер. с англ. – М. : "Дело Лтд", 1995. – 480 с.
107. Фріден Р. М. Глобальна інформаційна інфраструктура / Р. М. Фріден, В. Дж. Дрейк // Телекомунікації в умовах інформаційної доби. Інформаційна Агенція Сполучених Штатів, 2000. – С. 85–89.
108. Хембри Д. Компьютер и здоровье / Д. Хембри // Мир ПК. – 1990. – № 2. – С. 107–115.
109. Хоскинг А. Курс предпринимательства : практическое пособие: пер. с англ. / А. Хоскинг. – М. : Междунар. Отношения, 1993. – 352 с.

110. Централизованное планирование – оптимальный путь развития корпоративных информационных систем / Bob Violono / Компьютеруик-Москва, 1995. – № 32. – С. 56–58.
111. Цибульов П. М. Управління інтелектуальною власністю / П. М. Цибульов В. П., Чеботарьов, В. Г. Зінов, Ю. Суїні // за ред. П. М. Цибульова: монографія. – К. : К.І.С., 2005. – 448 с.
112. Шаг навстречу / Computerworld Россия, 2000. – № 23. – С. 26–30.
113. Шлехт С. ПК и здоровье пользователей / С. Шлехт, П. Дислер // СНІР. – 1997. – № 7–8. – С. 82–84.
114. Шрейдер Ю. А. О феномене информационного продукта / Ю. А. Шрейдер // НТИ. – 1989. – Сер. 1, № 11. – С. 21–24.
115. Штрик А. А. Экономика информатизации развитых зарубежных стран. Ч. 1. Структура и характеристики мирового и европейского рынков информационных технологий / А. А. Штрик // Информационные технологии. – 1998. – № 3. – С. 2–7.
116. Штрик А. А. Экономика информатизации развитых зарубежных стран. Ч. 2. Структура и характеристики рынка информационных технологий США / А. А. Штрик // Информационные технологии. 1998. – № 4. – С. 12–21.
117. Экономика и организация вычислительных установок: учебник / под ред. В. И. Подольского. – М. : Финансы и статистика, 1987. – 271 с.
118. Экономическая информатика / под ред. П. В. Конюховского и др. – СПб. : Питер, 2000. – 560 с.
119. Энтони Дж. Эффективная презентация (Стратегия успеха / Дж. Энтони – Мн. : "Амалфея", 1997. – 207 с.
120. Юзвишин И. И. Основы информатиологии. Учебник. / И. И. Юзвишин. – М. : "Высшая школа", 2000. – 517 с.
121. Albrecht A. J. Measuring Application Development Productivity / A. J. Albrecht //Proc. IBM Applications Development Symposium, GUIDE Int. and SHARE Inc., IBM Corp., Moneterey, CA. – Oct. 14–17, 1979. – P. 18–24.
122. Arnold S. E. Online Pricing: Where it's at today and where it's going tomorrow / S. E. Arnold // Ibid, 1989. – V.13. – N 3. – P. 6–9.
123. Conte D. Software Effort Estimation and Productivity. Advances in Computers / D. Conte, H. E. Dunsmore, V. Y. Shen, V. 24, Pp. 1–59, Academic Press, 1985. – P. 62–87.
124. Eastern Empires. Foreign Ownership In Central And Eastern European Media: Ownership, Policy Issues and Strategies // European Federation of Journalists, 2000. – Vol. 2 – No. III/IV – P. 23–35.
125. Green P. Living and Working in the Information Society: People First / P. Green. – European Comission, Belgium, 1996. – P. 121–211.

126. Mostert D. N. J. A methodology for measuring user satisfaction // Information process and management / D. N. J. Mostert, J. H. P. Eloff, S. H. Solms. – 1989. – V. 25. – N 5. – P. 545–556.
127. OFFICE нового тысячелетия / Мой комп'ютер, 1997. – № 39 – С. 45–78.
128. Symons C. Software Sizing and Estimating: Mk II FPA (Function Point Analysis) / C. Symons. – Wiley, Chichester et al., 1991. – P. 34–67.



